Prins Willem Alexanderhof 20
2595 BE Den Haag
t 070 3106686
info@cultuur.nl
www.cultuur.nl

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
T.a.v. de heer drs. S. Dekker
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag

29 oktober 2015
Kenmerk: RC-2015.07203/1

Betreft: advies Meerjarenbegroting 2016-2020 NPO

Geachte heer Dekker,

Op 17 september jl. heeft de Raad voor Cultuur op uw verzoek advies uitgebracht over het Concessiebeleidsplan 2016-2020 van de NPO. Ongeveer tegelijkertijd bracht de NPO zijn meerjarenbegroting 2016-2020 uit. Naar goed gebruik adviseert de raad u over deze meerjarenbegroting (verder: MJB).

In het advies over het concessiebeleidsplan is de raad al uitgebreid ingegaan op de stappen die de NPO van plan is te zetten, daarbij rekening houdend met de kabinetsvisie op de publieke omroep. Het was een veelomvattend advies, dat vrijwel alle facetten van de publieke omroep - inclusief de basisbeginselen - behandelde. De raad zal zich in voorliggend advies dan ook beperken tot de meest in het oog springende bevindingen en niet zijn aanbevelingen uit het CBP-advies herhalen – hoewel die onverkort van toepassing blijven.

De MJB zou de financiële uitwerking moeten zijn van hetgeen in het CBP is beschreven en aangekondigd. De raad constateert in het algemeen echter dat dit slechts in beperkte mate het geval is . In de MJB worden veel woorden en weinig cijfers gebruikt, terwijl voor een inzichtelijke begroting die cijfers wel nodig zijn. Hoewel er veel goede voornemens en acties in de MJB staan, adviseert de raad u de NPO te verzoeken strategie en financiële uitwerking nauwer aan elkaar te koppelen, en gedetailleerder inzicht in de

financiën te verschaffen; in ieder geval zodanig dat de budgetten de beleidskeuzes duidelijk ondersteunen.

Hieronder brengt de raad nog enkele specifieke bevindingen onder uw aandacht.

- Hoewel de inkomsten uit reclameminuten voor de Ster zijn en niet voor de NPO, staat onder het kopje 'eigen inkomsten' dat de reclameminuten op televisie en radio worden uitgebreid.
  De raad is op de hoogte van het advies van Boston Consulting Group om hiertoe over te gaan, maar is van mening dat het vergroten van reclameminuten een opvallend streven is voor een publieke omroep. Volgens de raad zet dit het gelijke speelveld voor private en publieke mediapartijen verder onder druk. Ook verwacht de raad dat deze keuze waarschijnlijk ten koste gaat van het kijkplezier van het publiek, met name bij de jongeren., Zo wordt het eigen strategische doel om meer jeugd naar de publieke omroep te trekken, bemoeilijkt.

- In de MJB wordt melding gemaakt van extra inkomsten van de NPO, maar hoe die precies zijn opgebouwd en hoe het verloop in de jaren na 2016 is, wordt niet duidelijk. De raad adviseert de staatssecretaris de NPO te vragen meer inzicht te geven in deze inkomsten, ook vergeleken met voorgaande jaren. Voor het draagvlak in de maatschappij is ook op dit punt transparantie van belang.

- De btw-compensatie betreft een groot bedrag: 86,5 miljoen euro. Voor de landelijke publieke omroepen wordt dat budgetneutraal gecompenseerd. De raad acht het van groot belang dat de NPO erop toeziet dat de omroepen de btw, zoals afgesproken, compenseren voor de externe producenten, zodat de compensatie geen oneigenlijke concurrentie tussen omroepen en producenten creëert.

- De bezuinigingen leiden er niet zichtbaar toe dat het budget in 2020 lager is dan in 2016. Uit de cijfers van de NPO wordt niet duidelijk hoe dit mogelijk is. Een aparte staatje waarin de bezuinigingen cijfermatig worden onderbouwd, kan hierover helderheid geven en verwarring voorkomen.

- Onder 1.4 (op blz. 13) blijkt dat het budget voor programmaversterking met bijna 100 miljoen euro toeneemt. Het is voor de raad niet duidelijk hoe dit aanzienlijke bedrag wordt ingezet, dus welk beleid de NPO hiermee vervolgens uitvoert. Ook hier is meer transparantie vereist.

- Onder 1.5 (op blz. 16) wordt het NPO-budgetkader verbijzonderd. Hierin staan de budgetkaders aangegeven, toegespitst op de lineaire media radio en televisie, maar opvallend genoeg niet op de onlineactiviteiten. Deze activiteiten zijn juist een belangrijk onderdeel van de strategie van de NPO. De raad adviseert u de NPO te vragen de budgetten hiervan apart en duidelijk zichtbaar te maken.

Met vriendelijke groet,

Joop Daalmeijer	Jeroen Bartelse
Voorzitter	Directeur